

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha di Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Pada Bisnis Online Adzkia Hijab Syari Tulungagung)” ini ditulis oleh Ulfa Amin, NIM. 17402163671, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ditemukannya virus *covid-19* pertama kali di Wuhan, China kemudian dengan sangat cepat menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia, kemudian oleh WHO ditetapkan sebagai pandemi. Virus ini menimbulkan perubahan di segala bidang hingga mengakibatkan krisis ekonomi global. Banyak perusahaan besar hingga UMKM yang dikenal dengan usaha yang tahan akan krisis ikut terdampak dan mengalami kesulitan untuk bertahan. Hal tersebut juga dialami oleh salah satu UMKM di Kabupaten Tulungagung, yaitu Adzkia Hijab Syari yang juga mengalami penurunan penjualan sejak adanya pandemi *covid-19* dan demi berlangsungnya usaha, Adzkia Hijab berusaha untuk tetap bertahan di masa pandemi ini.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana kinerja Adzkia Hijab Syari di tengah masa pandemi *covid-19* ? (2) Bagaimana cara Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *Covid-19* ? (3) Apa saja kendala yang dihadapi dan bagaimana faktor pendukung dan penghambat mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *covid-19* ?. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian dianalisis dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahap yaitu reduksi data, pemaparan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kinerja Adzkia Hijab pada masa pandemi *covid 19* di bidang produksi dan pemasaran mengalami penurunan. Di bidang pengiriman paket mengalami keterlambatan. Tetapi Adzkia Hijab tetap bertahan dengan melakukan adaptasi dan perencanaan strategi hingga untuk jangka waktu panjang. Kinerja tersebut dikenal dengan kinerja strategik (2) Cara Adzkia Hijab dalam mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *covid-19* yaitu dengan inovasi, kreativitas, dan produktivitas, promosi dan penjualan secara *online* melalui sosial media maupun *marketplace*, promosi selain secara *hard selling* tetapi juga *soft selling* dengan *content marketing*, *sales promotion* dengan promo diskon dan *giveaway*, *public relation* dengan mengunggah testimoni pelanggan dan pengiriman pesan *broadcast*, meningkatkan kualitas pelayanan (3) Kendala yang dihadapi Adzkia Hijab dalam mempertahankan usaha yaitu produk yang dibuat kurang diterima pasar dan *human error*. Faktor pendukungnya dalam mempertahankan usaha yaitu berjualan secara *online*, faktor inovasi produk, pelayanan yang baik dan *fast respon*, kualitas produk terjaga, dan kemitraan. Faktor penghambatnya dalam mempertahankan usaha yaitu dari faktor eksternal adalah pelemahan daya beli masyarakat dan dari faktor internal adalah kesalahan dalam membaca selera pasar.

Kata Kunci: Covid-19, Kinerja Usaha, UMKM, Strategi Bertahan

ABSTRACT

The thesis titled "Business Survival Strategy during the Covid-19 Pandemic (Case Study on Online Business Adzkie Hijab Syari Tulungagung)" was written by Ulfa Amin, NIM. 17402163671, Advisor dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag. This research was motivated by the discovery of the covid-19 virus first in Wuhan, China then very quickly spread throughout the world, including Indonesia, then by WHO was designated as a pandemic. This virus caused changes in all areas resulting in a global economic crisis. Many large companies to UMKM known for their crisis-resistant businesses are affected and have difficulty surviving. It is also experienced by one of the UMKM in Tulungagung Regency, namely Adzkie Hijab Syari which has also experienced a decrease in sales since the covid-19 pandemic and for the sake of business, Adzkie Hijab strives to survive this pandemic.

The focus of the research in this study is (1) How is the performance of Adzkie Hijab Syari in the midst of the covid-19 pandemic? (2) How does Adzkie Hijab Syari maintain their business in the midst of the Covid-19 pandemic? (3) What are the obstacles faced and how are the supporting factors and inhibitions of maintaining business in the midst of the covid-19 pandemic?. This research includes field research with qualitative approach. This research data is obtained from interviews, observations, and documentation. It is then analyzed with Miles and Huberman's interactive analysis model through three stages: data reduction, data exposure, and conclusion drawing.

The results showed that (1) Adzkie Hijab's performance during the covid 19 pandemic in the field of production and marketing decreased. In the field of delivery of packages experienced delays. But Adzkie Hijab persisted by adapting and planning strategies for a long period of time. The performance is known as strategic performance (2) How Adzkie Hijab in maintaining business in the midst of the covid-19 pandemic, namely with innovation, creativity, and productivity, promotion and online sales through social media and marketplace, promotions in addition to hard selling but also soft selling with content marketing, sales promotion with discount promos and giveaways, public relations by uploading customer testimonials and broadcast message delivery, improving the quality of service (3) Obstacles faced Adzkie Hijab in maintaining business that is made less acceptable products market and human error. Supporting factors in maintaining the business is selling online, product innovation factors, good service and fast response, product quality is maintained, and partnership. The inhibitory factor in maintaining the business, namely from external factors is the weakening of the purchasing power of the community and from internal factors is a mistake in reading market tastes.

Keywords: Covid-19, Business Performance, UMKM, Survival Strategy